

LE PRIX COURANT

(THE PRICE CURRENT)

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Propriété Immobilière, Etc.

EDITEURS :

LA COMPAGNIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES

(The Trades Publishing Co.)

25, Rue Saint-Gabriel, - MONTREAL

TELEPHONE BELL MAIN 2547

ABONNEMENT	MONTREAL ET BANLIEUE - \$2.50	PAR AN.
	CANADA ET ETATS-UNIS - 2.00	
	UNION POSTALE - - Frs 20.00	

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins qu'une année complète.

L'abonnement est considéré comme renouvelé si le souscripteur ne nous donne pas avis contraire au moins quinze jours avant l'expiration, et cet avis ne peut être donné que par écrit directement à nos bureaux, nos agents n'étant pas autorisés à recevoir de tels avis.

Une année commencée est due en entier, et il ne sera pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arriérés ne sont pas payés.

Nous n'accepterons de chèques en paiement d'abonnement, qu'en autant que le montant est fait payable au pair à Montréal.

Tous chèques, mandats, bons de poste, doivent être faits payables à l'ordre de :

"LE PRIX COURANT"

Nous nous ferons un plaisir de répondre à toutes demandes de renseignements.

Adressez toutes communications simplement comme suit :

LE PRIX COURANT, Montréal.

UN APPEL A LA SOLIDARITE

La discussion qui a eu lieu à la dernière réunion de l'Association des Bouchers, réunion dont nous donnons ailleurs un compte-rendu, nous suggère quelques réflexions que nous allons exposer en toute franchise, pensant qu'elles ne seront pas inutiles pour l'avenir même de ces associations.

Les Associations de commerçants en général, ont des ressources restreintes parce qu'elles demandent à leurs membres une cotisation plutôt nominale. Elles devraient, cependant, dans leur propre intérêt, avoir une réserve assez abondante pour parer aux éventualités. Mais, prenant les choses telles qu'elles sont, avec des ressources très faibles, elles sont dans l'obligation de regarder de très près aux dépenses et nous comprenons que, quand elles se voient en présence de déboursés non prévus dans leur budget, elles trouvent dur que la caisse ne soit pas bien garnie.

Dans l'espèce, il s'agit d'une dépense d'environ \$1500 à partager en quatre associations, soit \$350 environ pour chacune d'elles. La Fédération des quatre associations a approuvé les comptes de dépenses. Il semblerait que la Fédération ayant approuvé, les associations particulières n'ont qu'à s'incliner et à payer. Les associations particulières ont des représentants à la Fédération et elles doivent, en justice comme en équité, accepter les décisions de leurs représentants. Si les unes les acceptent et si les autres les rejettent, il n'y a plus de Fédération. Il ne sert à rien d'avoir des mandataires, si leurs mandats restent lettre-morte.

La dépense de \$1500 n'a pas été faite pour une branche de commerce particulière, mais pour le commerce en général, c'est donc bien à la Fédération qu'il appartenait de se prononcer sur la légitimité de la dépense.

Quant à la somme elle-même elle, n'a rien d'exorbitant quand on songe aux résultats obtenus. Et, si elle n'est pas

plus forte, c'est que les commerçants ont obtenu gratuitement le concours, le travail, les démarches et l'appui de personnes aussi généreuses que désintéressées. Pour obtenir des résultats qui sont loin d'avoir la portée qu'a l'abolition des timbres de commerce, certaines organisations que nous pourrions citer ont dû dépenser une somme autrement ronde.

Le commerce ne peut pas répondre que l'âge d'or est arrivé pour lui, il aura d'autres assauts à soutenir, d'autres combats à livrer. Ce n'est guère encourager ceux qui dans les moments de lutte, paient de leurs personnes que déléguer dans le paiement des dépenses faites dans l'intérêt général. C'est aliéner leur bonne volonté pour l'avenir et décourager ceux qui seraient tentés de travailler dans l'intérêt de leurs collègues.

Il est fâcheux que les quatre associations formant la Fédération n'aient pu à elles seules réunir les \$1500, mais il est plus fâcheux encore que les commerçants de détail au nombre de plus de 5000 à Montréal n'aient pu parvenir à parfaire cette somme.

Bon nombre de ceux à qui il a été demandé de souscrire ont répondu que, ne donnant pas de timbres de commerce, la question ne les intéressait en aucune façon. Cette réponse ne vaut pas grand-chose, car il est clair que tous les marchands sans exception, qu'ils aient ou non distribué des timbres, ont souffert de la distribution des timbres, et que tous, également bénéficieront de leur disparition.

L'esprit de solidarité fait malheureusement défaut dans le commerce de détail, nous l'avons déjà fait remarquer à différentes reprises. S'il existait réellement, les diverses associations auraient un plus grand nombre d'adhérents et un plus grand nombre de membres assisteraient aux assemblées.

C'est cet esprit de solidarité qu'on devrait cultiver dans les associations de marchands. Un moment, nous avons pu

le croire assez développé, quand nous avons vu l'imposante délégation se rendre à Ottawa pour obtenir la loi rémédiate.

Maintenant que la loi est obtenue c'est la débandade qui menace de revenir. Nous faisons appel au bon sens de tous pour cimenter les liens qui ont uni les commerçants dans leur lutte contre les timbres. C'est grâce à leur entente, à leur accord qu'ils ont remporté la victoire; c'est par l'union, l'union seulement, qu'ils peuvent espérer vaincre encore dans les luttes à venir.

LES CAUSES DU MARASME DE L'ÉPICERIE.

Nous avons déjà parlé de la crise que traverse le commerce d'épicerie à Montréal; nous croyons qu'il n'est pas inutile d'y revenir.

Comme cause principale de cette crise, nous avons indiqué déjà la distribution des timbres de commerce qui enlevaient aux épiciers le plus clair de leur bénéfice, mais cette cause n'est pas la seule.

Les épiciers souffrent aussi du renchérissement marqué de toutes les choses nécessaires à l'existence, à l'entretien, au logement, etc.

On veut "paraître" et les signes extérieurs de l'aisance cachent souvent la misère ou la gêne. Bien des gens qui ne sacrifieraient rien à leur toilette, à tout ce qui se voit, qui paraît, restreignent volontiers leurs dépenses de table pour satisfaire à leurs idées de luxe.

L'épicier est de tous les commerçants celui que la clientèle paie le moins bien; il passe après les autres; telle acheteuse paiera comptant ses meubles, ses toilettes mais demandera crédit à l'épicier qu'elle ne paiera que quand elle ne pourra faire autrement. Il y a beaucoup de la faute des épiciers, s'ils sont réduits à attendre après tous les autres pour se faire payer. Ils négligent trop leurs collections et accordent de trop longs crédits.